

Chamullo

Lunes, 11 de Septiembre de 2017 - Id nota:656036

Medio : La Segunda
Sección : Documento
Valor publicitario estimado : \$7452800.-
Página : 26-27
Tamaño : 50 x 32

<http://www.clientes.chileclipping.com/multimedia/20170911/phpX7PqYY.jpg>

Las redes sociales son la respuesta del capitalismo contemporáneo a la proletarianización. Son la respuesta tecnológica y cultural a la soledad, a la disolución de la identidad, al desarraigo, a la sociedad de masas, a la alienación. Las redes sociales marcan un paso crucial del capitalismo contemporáneo: la transformación de la pertenencia en un producto y de la actividad de construcción de comunidades en un sector económico. No es raro que sea, simbólicamente, la flameante bandera del triunfo cultural del capitalismo liberal.

No es novedoso que haya sectores radicales que teoricen sugiriendo que en la economía de las redes tiene el capitalismo moderno "la semilla de su propio fin". Esa teoría ha surgido con cada revolución tecnológica industrial: aquello que es central al progreso capitalista es también, para otros, el mecanismo que lo acabará.

Las redes sociales permiten, teóricamente, a cualquier individuo convertirse en una plataforma de medios, en una fuente de noticias, en una editorial, en una cadena. La gran virtud de ello es que permite generar un límite al poder corporativo que se encuentra tras las grandes cadenas de noticias. (...)

Hay un sentido básico e inicial en el que el surgimiento de las redes sociales, sin duda, ha democratizado las relaciones políticas, económicas e informativas.

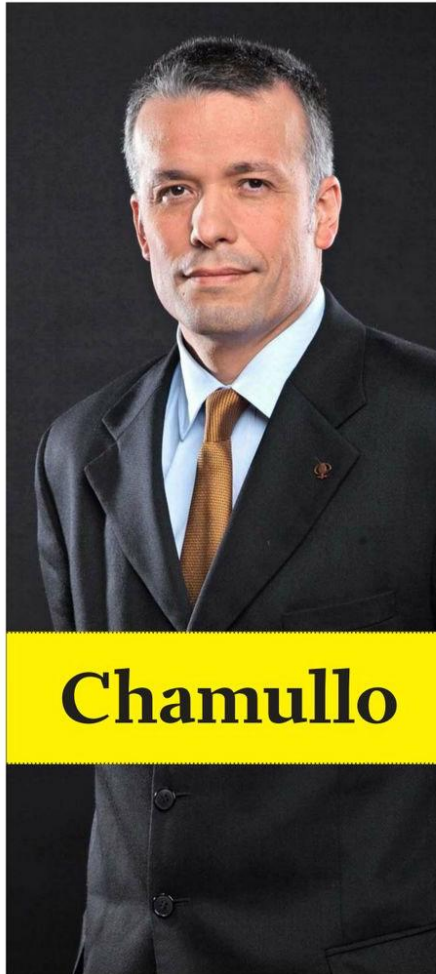
Está muy de moda hoy adherir a la idea de que esta dilución de poder es permanente. No es nueva esta forma de pensar. Desde la aparición de la imprenta de tipos móviles el siglo XVI, pasando por el surgimiento de los periódicos el siglo XVII, la emergencia del telégrafo durante el siglo XIX y luego del cine a fines de ese mismo siglo, la radio en el temprano siglo XX y la televisión a mediados de dicha centuria, siempre se le ha atribuido a cada una de estas industrias un carácter emancipador y han existido quienes creen que esos procesos de disolución del poder serán permanentes y se transformarán en fuentes de alguna utopía social o política.

Lo que ha mostrado la historia, en cambio, es la enorme capacidad de las corporaciones, élites y en definitiva del capital de adaptarse para afectar, predominar o incluso capturar completamente estos medios. (...)

Hacia 1941, el debate central que dominaba a los Estados Unidos era su posible participación en la Segunda Guerra Mundial. Si bien existían importantes segmentos de esa sociedad que eran partidarios de participar (incluyendo al presidente Roosevelt), tendía a predominar la postura aislacionista que incluso contenía a un segmento derechamente simpatizante con la Alemania del Tercer Reich. (...)

La coalición antiintervencionista era conocida como el Comité América Primero. (...) Su vocero y líder público principal era el famoso pionero de la aviación y celebridad pública Charles Lindbergh. (...) La campaña mediática liderada por Lindbergh destinada a impedir la aprobación de esa ley fue de enorme intensidad. Al final, sin embargo, predominó Roosevelt (...).

El año 1941 la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por su sigla en inglés) —el organismo encargado de la regulación de las licencias de radio— dictó la Doctrina Mayflower, que exigía a los medios



Chamullo



En este extracto, el presidente del directorio de Codelco y académico del Departamento de Economía de la Facultad de Economía y Negocios (U. de Chile), Óscar Landerretche, analiza las redes sociales como plataforma mediática y los esfuerzos políticos y corporativos para ajustarse a esa nueva realidad.

radiales presentar en forma balanceada todos los puntos de vista de los asuntos públicos. La visión del gobierno, de ese entonces, era que la industria de los medios estaba sesgada en contra de sus puntos de vista.

Bajo la Doctrina Mayflower, la FCC tuvo, en la práctica, atribuciones de censura, lo que naturalmente se mantuvo durante la extensión de la guerra. En 1948 la Doctrina Mayflower fue reemplazada por la Doctrina de Imparcialidad, que limitaba el poder de censura de la agencia, pero no lo eliminaba.

Durante las casi cuatro décadas de vigencia de dicha doctrina, ésta se convirtió en un punto focal de conflictos políticos y litigación constitucional. Esto fue particularmente intenso en la era de los derechos civiles cuando se buscó censurar a radios racistas en el sur de los Estados Unidos.

La Doctrina de Imparcialidad fue derogada en 1987, durante el gobierno de Ronald Reagan, bajo el argumento de que limitaba en forma inaceptable la libertad de expresión.

No es casualidad que los años noventa hayan sido la época de oro del movimiento mediático conocido como "radio de conversación conservadora" (conservativetalk radio). Es en ese período que surge ese tipo de medio militante (de derecha) que es tan característico en la política estadounidense.

Luego, gracias a las políticas de desregulación en el mercado de los medios implementados durante el inicio de los años noventa, se produjo una concentración corporativa significativa de los medios y el surgimiento de grupos radiales conservadores sostenidos por grandes corporaciones empresariales. (...) La derecha norteamericana fue capaz de identificar en forma muy temprana el fenómeno de la descompresión de audiencias y de establecer un modelo corporativo de enorme efectividad que les permitiera dominar este espacio. La izquierda y los demócratas se demoraron en responder. (...)

Lo que ocurrió en la industria de la radio de Estados Unidos a partir de los años ochenta es interesante para entender lo que se desarrolla hoy con las redes sociales. En ambos casos el fenómeno central que se encuentra en el origen del proceso es la "descompresión de audiencias", la que es resultado del abaratamiento de una tecnología de comunicación.

(...) En sus orígenes las tecnologías de comunicación siempre son muy caras; son, en lenguaje de economista, muy intensivas en costos fijos.

Esto se parece a lo que los expertos en regulación de mercados denominan "monopolios naturales", esto es, situaciones de mercado en las cuales los costos fijos hacen relativamente inevitable que haya pocos operadores que, por ende, tienen algún poder monopolístico. (...)

También es muy común en la regulación de monopolios naturales que estos sean licitados por el Estado y que éste exija condiciones (cobertura, tarifas, etc.) a los operadores.

Después las tecnologías se abaratan, los costos fijos se diluyen y las regulaciones desaparecen. Y entonces, estas industrias dejan de parecer monopolios naturales o monopolios licitados y se convierten en algo más parecido a un sistema de competencia monopolística.

La competencia monopolística ocurre en industrias en las que hay muchos productores de un bien, pero cada uno tiene su propia variedad. Los consumi-

dores tienen preferencias entre las variedades —les gusta más el producto de uno que de otro—, pero están dispuestos a olvidar esas preferencias y cambiarse de variedad si es que los diferenciales de precios lo ameritan.

Esto es muy típico en mercados como el de los restaurantes, la ropa o los autos: a uno le gusta su marca e incluso está dispuesto a pagar un poco más por ella, lo que le da cierto poder de mercado a ese proveedor; sin embargo, este poder tendrá un límite y es que la preferencia del consumidor no es efectiva en todo evento: si las diferencias de precios son muy grandes uno se cambia de marca nomás.

En estos tipos de mercado hay muchos “grupos” de clientes con diferentes preferencias que andan buscando que se les dé en el gusto. (...) Los conservadores y republicanos estadounidenses fueron capaces de identificar tempranamente tendencias tecnológicas e incluso inducir cambios regulatorios que causaron o —como mínimo— facilitaron el cambio en la estructura y organización industrial de la radio.

Además, fueron capaces de coordinar un conjunto de estrategias corporativas y políticas diseñadas para copar esas audiencias descomprimidas y coordinar estrategias comunicacionales masivas. Los cándidos demócratas se demoraron casi quince años en reaccionar.

Lo que ha ocurrido con las redes sociales es un cambio tecnológico que ha generado un proceso de descompresión de audiencias aún más radical. ¿Será razonable creer que no existen esfuerzos políticos y corporativos para ajustarse a esta nueva realidad?

Las redes sociales son, como todas las instituciones humanas, un organismo vivo que cambia y muta. Nuestra relación con ellas también está sujeta a cambio y mutación. Es muy posible que estemos viviendo un proceso de transformación muy significativo en las redes sociales. (...)

Hay, a lo menos, dos aspectos de investigación que son interesantes para lo que estamos discutiendo aquí. Primero, se especula con la posibilidad de que se esté haciendo uso estratégico de filtraciones a la prensa (filtrar unas cosas y otras no) manipulando plataformas del tipo WikiLeaks. Segundo, se especula sobre la existencia de sistemas corporativos encubiertos capaces de generar una intensidad, frecuencia, calidad y diversificación de flujos de información con el objeto de dominar, abrumar y cooptar el carácter y el contenido disponible relativo a determinados temas en las redes sociales y en internet.

Es muy interesante, en el primer caso, la forma en que plataformas ideológicamente libertarias o anarquistas pueden llegar a depender de los insumos de agencias de inteligencia hasta convertirse en herramientas de las peores formas modernas de autoritarismo y totalitarismo.

Aquí se vislumbra un modelo corporativo que sostiene y rentabiliza servicios de hackers, espías y una cuota no menor de tontos útiles. Es tremendamente interesante, en el segundo caso, la tecnología de cooperación retórica de redes sociales que incluyen un modelo corporativo que sostiene a trolls profesionales (basados en avisaje) y la tecnología de bots de redes sociales (programas robotizados) que son capaces de copiar discursivamente ciertos espacios.

En el primer capítulo de la miniserie John Adams (2008) de Tom Hooper (el mismo de El discurso del

rey) llamado “Joiner Die” (Únete o muere) se describe el evento inicial de la distinguida carrera política de quien da el nombre a la serie y que fue, entre otras cosas, el Presidente que sucedió a George Washington...

El evento que dio inicio a la carrera pública de Adams fue la masacre de Boston (1770) en que un grupo de soldados ingleses abrió fuego sobre una multitud que protestaba por las políticas impositivas de la corona británica hacia las colonias norteamericanas. La ráfaga dio muerte a cinco personas e hirió gravemente a otras tantas. (...)

Una vez ocurrida la masacre se formó una horda que buscaba ajusticiar a los soldados. El gobernador de la colonia sólo pudo calmar la situación prometiendo un juicio justo y arrestando a los militares.

Pero ya el día siguiente había comenzado una campaña en las calles que buscaba instalar la culpabilidad de los soldados y la justicia de sus condenas. Para enojo de los agitadores, John Adams fue quien asumió la defensa de los soldados demostrando que fueron atacados y que habían disparado en defensa propia: la mayoría fue absuelta y dos fueron castigados por haber disparado directamente a las personas que protestaban.

John Adams fue increpado violentamente por los agitadores revolucionarios por su rol en la defensa de los soldados; en el lenguaje de hoy, fue intensamente trolleado. Sin embargo, luego de su victoria, su prestigio como abogado creció y su argumento político de que el proceso revolucionario norteamericano tenía que ver con la defensa del estado de derecho frente a las arbitrariedades de la corona pero también a los genios de la horda lo elevaron en su categoría de estadista.

Es considerado uno de los padres de la patria de los Estados Unidos (...) Su primo, el jefe de los agitadores, Samuel Adams, logró mucho menos, pero su nombre adorna las botellas de cerveza local en Boston. Es buena, la recomendación.

John Adams sabía algo que hoy los apóstoles de las virtudes libertarias de las redes sociales parecen ignorar: existe un arte de manipulación de la horda, de la masa, de la murga, de la asamblea. (...) Y John Adams conocía la solución también para evitar la tiranía de reyes, banqueros y murgas: las instituciones y el estado de derecho. ¿Será que la supervivencia de las redes sociales como espacio democrático dependerá de una futura institucionalidad? ¿Qué forma tendrá? ¿Está por inventarse? ¿Cuál es el estado de derecho de la red social? ¿No lo hay?

(...) ¿Qué pasa si hay algo inherente a la red social que la vuelve fácil de manipular? Y, ¿qué pasa si la capacidad de manipulación depende, también, del acceso a cierta escala y capacidad empresarial? ¿Qué pasa si la capacidad de manipular la red social aumenta con el capital? ¿Siguen siendo entonces las redes el edén del anarquismo digital? ¿Del libertarianismo capitalista financiero virtual?

No creo que podamos decir taxativamente que esto está ocurriendo, pero hay fuerte evidencia circunstancial. Es posible que hayamos vivido, durante los últimos años, una era muy especial: una era de la red social democrática; pero es posible que estemos empezando a transitar hacia otra era: la era de la red social corporativa. (...) Si aceptamos que estamos transitando hacia la era de la red social corporativa, en que incluso la construcción de espacios comunitarios y colectivos para a ser dominada por grandes grupos empresariales, ¿podemos seguir asumiendo que no es un sector a regular?

“¿Qué pasa si hay algo inherente a la red social que la vuelve fácil de manipular? Y, ¿qué pasa si la capacidad de manipulación depende, también, del acceso a cierta escala y capacidad empresarial? ¿Qué pasa si la capacidad de manipular la red social aumenta con el capital? ¿Siguen siendo entonces las redes el edén del anarquismo digital?”.

“Las redes sociales son, como todas las instituciones humanas, un organismo vivo que cambia y muta. Nuestra relación con ellas también está sujeta a cambio y mutación. Es muy posible que estemos viviendo un proceso de transformación muy significativo en las redes sociales”.

